

**Gaya Retorika *Channel* YouTube Okky Adams sebagai Media Edukasi
dalam Membuat Motor *Custom Chopper***

Ahmad Pucuk Maksum
Universitas Islam Syekh Yusuf
pucuk131299@gmail.com

ABSTRACT

Rhetorical style is a style or art of speaking, either achieved based on natural talent or through technical skills. The art of speaking does not only mean speaking fluently without a clear and contentless way of thinking, but an ability to speak and make speeches in a short, clear, concise and impressive manner. The purpose of this research is to understand how the rhetorical style affects the content carried out by Okky Adam on the Okky Adams YouTube channel as an educational medium in making custom chopper motorcycles and what obstacles are when creating educational content on the Okky Adams YouTube channel as an educational medium in making custom chopper motorcycles. This research uses classical rhetorical theory. The research uses a descriptive qualitative method by interviewing 6 informants, namely, Okky Adam Saputra as the key informant and the other 5 are subscribers of Okky Adams' YouTube channel, namely, Henry Dwi Prasetya, Bobby Samosir, Raffy Rabbani Sanu, Okta Saputra, Ahmad Zidan Fauzan. The data collection techniques carried out in the research are observation, interviews, and documentation. The results of this study show that the rhetorical style on Okky Adams' YouTube channel as an educational medium in making custom chooper motorcycles has a great impact on the audience.

Keywords: social media, YouTube, custom motorcycle, qualitative

ABSTRAK

Gaya retorika adalah suatu gaya atau seni berbicara, baik yang dicapai berdasarkan bakat alami (talenta) maupun melalui keterampilan teknis. Seni berbicara ini bukan hanya berarti berbicara secara lancar tanpa jalan pikiran yang jelas dan tanpa isi, melainkan suatu kemampuan untuk berbicara dan berpidato secara singkat, jelas, padat, dan mengesankan. Tujuan penelitian ini dilakukan untuk memahami bagaimana gaya retorika memengaruhi konten yang dilakukan Okky Adam pada *channel* YouTube Okky Adams sebagai media edukasi dalam membuat motor *custom chopper* dan hambatan apa saja saat membuat konten edukasi pada *channel* YouTube Okky Adams sebagai media edukasi dalam membuat motor *custom chopper*. Penelitian ini menggunakan teori retorika klasik. Penelitian menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan mewawancarai 6 orang informan, yaitu Okky Adam Saputra sebagai *key informan* dan 5 lainnya adalah para subscribers *channel* YouTube Okky Adams, yaitu Henry Dwi Prasetya, Bobby Samosir, Raffy Rabbani Sanu, Okta Saputra, Ahmad Zidan Fauzan. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa gaya retorika pada *channel* YouTube Okky Adams sebagai media edukasi dalam membuat motor *custom chooper* memiliki dampak besar bagi para penontonnya.

Kata Kunci: media sosial, YouTube, motor kustom, kualitatif

PENDAHULUAN

Saat ini banyak masyarakat yang ingin terkenal melalui media sosial, karena mereka melihat dari media sosial betapa senangnya menjadi seorang *public figure*. Mencoba di berbagai platform media sosial seperti Instagram, YouTube, TikTok, dll. Banyak yang berhasil dan banyak juga yang tidak berhasil untuk terkenal, masyarakat tidak mengetahui dan juga belum paham bagaimana membuat orang tertarik akan apa yang telah mereka buat di media sosial.

Retorika adalah salah satu cara untuk membuat orang lain yang melihat konten yang dibuat menarik dan juga mengikuti setiap konten yang dibuat di media sosial. Retorika modern mencakup ingatan yang kuat, daya kreasi dan fantasi yang tinggi, teknik pengungkapan yang tepat dan daya pembuktian serta penilaian yang tepat. Beretorika juga harus dapat dipertanggungjawabkan disertai pemilihan kata dan nada bicara yang sesuai dengan tujuan, ruang, waktu, situasi, dan siapa lawan bicara yang dihadapi. Jika kembali menilik sejarah retorika, banyak ahli atau tokoh-tokoh retorika yang hingga kini pemikirannya mengenai seni berbicara ini masih sering diperbincangkan dan menjadi referensi teoritis. Berikut ini adalah deskripsi dan gambar Arisoteles dan Cicero, yang ajarannya selalu diperbincangkan. (Wiendjiarti & Sutrisno, 2014)

Sebelum menggunakan retorika, kita perlu memahami situasi komunikator yang kita hadapi saat ini. Karena komunikasi merupakan hubungan dialog dan transmisi yang terjadi setiap hari ketika komunikator tidak mengetahui apa yang dikomunikasikannya. Itu akan sia-sia.

Retorika tidak sebatas menyampaikan pesan, bisa juga dilakukan secara tertulis. Metode komunikasi dalam kegiatan retorika hanya sebatas komunikasi lisan, meskipun berbicara di depan umum juga boleh digunakan. Oleh karena itu dapat dilengkapi dengan metode komunikasi visual atau audiovisual dengan menggunakan retorika. Retolisisme sekarang mengacu pada konseptualisasi proses di mana simbol menentukan makna dan mengenali fakta melalui konsep interpretatif. Retorika memiliki arti yang berbeda-beda tergantung pada tradisi filosofis mana yang dipertimbangkan.

Retorika juga menyusup ke komunitas virtual, yang secara tradisional ditandai oleh ambiguitas negosiasi komunikatif dalam interaksi pribadi. Komunitas virtual menciptakan ambiguitas. Hal ini disebabkan sikap masing-masing anggota masyarakat terombang-ambing antara tetap aktif dan lebih pasif dalam berinteraksi. Retorika terus berkembang, berjuang menuju semacam abstraksi dialektis pengetahuan dalam aktivitas komunikatif manusia. Dialektika ini, dalam interaksi simboliknya, menjadi sebuah cerita yang mencerminkan persepsi bersama. Inilah yang dikenal sebagai fantasi. (Setiawan et al., 2021).

Retorika visual dapat diartikan dengan bagaimana sebuah gambar visual itu memiliki arti dan bagaimana komunikator dalam menyampaikan pesannya itu dapat menstrategikan sebuah tanda untuk ditampilkan dalam sebuah produk visual. Retorika mengedepankan isi pesan yang akan disampaikan dari komunikator yang didukung oleh gambar visual sebagai alat penguat pesan. Peneliti menggunakan

retorika visual untuk menganalisis video yang akan dibagikan kepada publik melalui media digital yaitu YouTube. (Aini et al., 2021)

Sekarang ini menyampaikan pesan tidak hanya dilakukan secara langsung di depan umum. akan tetapi bisa disampaikan melalui media sosial YouTube. Sejak tahun 2010, media sosial semakin berkembang sejalan dengan situasi sosial masyarakat global. Salah satu bagian dari media sosial yang sangat penting bagi pengguna segala usia adalah klasifikasi konten media sosial, yaitu situs berbagi video YouTube. Khususnya dengan berkembangnya penggunaan telepon seluler berbasis Android yang menggunakan Google sebagai basis pendaftarannya, istilah situs video YouTube mulai dikenal luas dan digunakan oleh masyarakat di kota-kota besar. Karena meningkatnya jumlah pengguna situs video YouTube di Indonesia. Konten video yang ada kini semakin beragam dan dievaluasi baik dari sisi positif maupun negatifnya. Situs video YouTube sebagai kategori media sosial paling banyak digunakan pengguna ekstrovert dalam kehidupan sosialnya. Halaman video YouTube pengguna ekstrovert digunakan sebagai media komunikasi untuk meningkatkan kehadiran di komunitas media sosial dan untuk hiburan pengguna lain. Orang ekstrovert yang sangat terbuka umumnya ingin selalu menunjukkan superioritasnya dalam kehidupan sosial. Salah satunya melalui media sosial. (Chandra, 2018)

Manusia selalu membutuhkan komunikasi dengan orang lain. Sebagian besar aktivitas manusia selalu ditandai kegiatan bertutur. Dengan bertutur manusia mengungkapkan dirinya, mengatur lingkungannya, dan menciptakan budaya insani. Kemampuan bertutur atau berbicara bisa jadi merupakan bakat. Kepandaian bicara yang baik memerlukan pengetahuan dan latihan. Orang sering memperhatikan cara dan bentuk pakaian, tetapi lupa memperhatikan cara dan bertutur yang baik. Di sinilah retorika sebagai ilmu berbicara diperlukan oleh semua orang.

Pada dasarnya, YouTube merupakan platform media sosial yang memfasilitasi pengguna untuk berbagi video yang mereka miliki atau menikmati berbagai video klip yang diunggah oleh pengguna lain. Situs ini menyediakan beragam jenis video yang dapat diunggah, termasuk video klip musik dari musisi tertentu, film pendek, film televisi, trailer film, video 9 edukasi, video blog (vlog) dari para pembuat konten (vlogger), tutorial berbagai aktivitas, dan banyak lagi. Popularitas YouTube diproyeksikan akan terus meningkat seiring dengan pertumbuhan jumlah pengguna. Hal ini disebabkan oleh nilai yang tinggi dari platform berbagi video tersebut bagi pengguna internet. Bukan hanya sebagai sumber hiburan, YouTube juga diakses untuk tujuan belajar dan mencari informasi. (Ilmu et al., 2019, p. 9)

Banyak orang yang terkenal di situs ini hanya dengan mengunggah video ke YouTube. Selain itu, halaman YouTube juga dapat digunakan sebagai sarana untuk mempromosikan produk. Misalnya, peneliti mengupload video peneliti ke YouTube secara gratis. Tak hanya untuk hiburan saja, para pengguna YouTube juga mengunggah video tutorial yang sangat bermanfaat seperti tutorial cara memainkan musik dan tutorial cara bermain game sehingga tidak perlu mengeluarkan banyak uang. Berita YouTube telah menjadi berita utama dan opini utama, dan YouTube kini menyediakan tontonan visual auditori yang dapat menjangkau khalayak luas dengan

berita dan informasi. YouTube juga merupakan komunitas berbagi video. Ini berarti bahwa pengguna YouTube dapat mengunggah dan menonton berbagai jenis klip video *online* menggunakan browser Web apa pun (Miller, 2009: 3). Selain itu YouTube merupakan media yang dapat diterima oleh masyarakat sebagai berbagai informasi dan dapat memberikan rangsangan yang kuat, sehingga juga dapat memberikan hiburan kepada pemirsa video, dan YouTube tersedia untuk umum. Anda berhak memilih presentasi dan pertunjukan mana yang Anda inginkan dan butuhkan. (Rohman & Husna, 2017)

Media komunikasi *online* merupakan media yang diciptakan untuk membantu masyarakat mencapai jangkauan yang lebih luas dalam kehidupan sosialnya sebagai pengguna dan menjangkau mereka dengan lebih mudah. Melalui pengembangan media sosial, masyarakat diarahkan untuk menciptakan komunitas secara virtual. Melalui media sosial, masyarakat dididik untuk menampilkan profil diri kepada masyarakat luas. Pada akhirnya masyarakat, khususnya kaum milenial, semakin tertarik dengan kedua media tersebut. Berbagi perhatian di media sosial semakin dipandang sebagai tantangan bagi pengguna.

Setiap orang membutuhkan informasi setiap hari, termasuk guru, pedagang, petani, siswa, dan lainnya. Kebutuhan informasi setiap individu dan orang lainnya berbeda-beda. Kemajuan teknologi semakin memudahkan dalam memperoleh informasi yang memenuhi kebutuhan informasi setiap individu. Sebagai mahasiswa, kita wajib mengikuti perkembangan teknologi di setiap bidang untuk memperoleh ilmu pengetahuan. Hanya informasi akademik yang memenuhi kebutuhan mahasiswa, tidak seluruh informasi tersedia dalam bentuk media cetak. Praktisi membantu tugas universitas. Namun, juga dimaksudkan untuk memenuhi kebutuhan lain yang ingin dicapai oleh. Kebutuhan tersebut dapat berupa pencarian informasi, hiburan dan hobi, diskusi dan tanya jawab, bisnis, dan kebutuhan lainnya yang tersedia di Internet. Hal ini memotivasi siswa untuk menggunakan teknologi Internet.

Di era modern saat ini, transportasi telah menjadi bagian penting dalam rutinitas harian manusia, dengan tujuan untuk memudahkan dan efisien. Salah satu bentuk transportasi yang populer adalah kendaraan roda dua, yaitu sepeda motor. Banyak orang memilih sepeda motor karena fleksibilitasnya dalam menghadapi kemacetan dan padatnya jalanan perkotaan. Namun, sekarang sepeda motor telah berubah dari sekadar alat transportasi menjadi sebuah gaya hidup bagi pencintanya. Banyak dari mereka yang menganggap sepeda motor sebagai lambang gaya hidup, dan melakukan modifikasi sesuai dengan preferensi mereka, yang kemudian menjadi tren di kalangan banyak orang muda. Dengan demikian, sepeda motor bukan hanya alat transportasi biasa, tetapi juga mencerminkan identitas dan gaya hidup individu, yang menarik perhatian banyak orang.

Motor chopper adalah motor *custom* yang bergaya *chopper*. *Choppers* sendiri berasal dari kata "*Chop*" yang menurut terjemahan berarti "memotong". Awal se kembalinya dari perang dunia II para prajurit Amerika merasa tidak puas dengan motor buatan Harley-Davidson dan Indian Motorcycle yang mereka kendarai. Dari situ kemudian mereka mulai memotong bagian motor yang dianggap tidak perlu, karena dirasa membebani motor dan terlihat berantakan. Ciri khas yang terdapat dari

motor chopper adalah tidak banyak aksesoris yang dipasang pada motor. Secara umum motor chopper dapat dikenali dari bentuk motor yang simpel tidak terlalu banyak aksesoris, posisi kemudi yang lebih tinggi, menggunakan tangki motor yang minimalis, roda belakang yang lebih lebar dan besar dari ukuran roda depan, jok dibuat rendah dengan suspensi belakang *rigid*, performa mesin yang sudah ditingkatkan dan biasanya tidak bersuara pelan. (Prayudi, 2019).

Konsep seniman dalam menciptakan karya adalah menciptakan sepeda unik yang mempunyai konsep (nakal, sopan, berbeda) dan kebutuhan (apa yang boleh dilakukan, apa yang tidak boleh dilakukan) serta sesuai dengan sikap dan keinginan pemilikinya yaitu sang seniman sendiri. Pemilik sepeda motor menginginkan kendaraannya cocok untuk bergerak di jalan aspal dan tanah. Gaya Enduro dan Chopper (biasanya disebut sebagai dasar untuk semua gaya sepeda *custom*. "Chop" berarti "potong", jadi untuk membuat sepeda helikopter, Anda perlu melakukan beberapa pemotongan pada bagian-bagian sepeda Anda). Masa keemasan budaya hiburan, tahun 1960an dan 1970an. Menelusuri era tahun 60an dan 70an, para seniman menciptakan sepeda *custom* dari era tersebut untuk merasakan kejayaan era tersebut.

Munculnya tren komunitas motor *custom*, membuat banyak anak muda yang ingin memiliki motor *custom*-nya sendiri. Didukung dengan para artis dan influencer yang membuat konten di media sosial menjadi salah satu faktor minat penggunaan motor *custom* membludak. Seiring dengan perkembangan zaman, semakin banyak penggemar sepeda motor *custom*. *Custom* berasal dari kata "*customize*," yang artinya menyesuaikan dari keinginan, karakter, atau fungsi tertentu. Istilah *custom* sudah lama dikenal dalam dunia otomotif dan sudah lazim digunakan di Indonesia. Melakukan *custom* pada kendaraan berarti mengubah desain standar pabrik. Pemilik sepeda motor akan membuat desain unik sendiri atau mengikuti imajinasi dan karakter pribadi. Hasilnya tentu saja akan berbeda dengan sepeda motor produksi pabrik secara umum. Sepeda motor *custom*, seperti namanya, adalah kendaraan roda dua yang dirancang dengan spesifikasi yang disesuaikan (*custom*). Biasanya, sepeda motor *custom* dibangun berdasarkan satu basis motor tertentu, dengan menggunakan rangka atau mesin dari model tersebut. Mesin yang digunakan dalam sepeda motor *custom* umumnya adalah unit yang diproduksi oleh pabrikan sepeda motor. Komponen ini menjadi dasar karena kualitas pembuatan dari pabrikan diperlukan untuk mendukung performa dari sepeda motor *custom* tersebut.

Motor chopper memiliki daya tarik lebih, pengendara terlihat garang dan mempesona, bentuknya yang beda dari motor pada umumnya karena biasanya motor chopper dibuat sesuai karakter dan keinginan pemiliknya. Yang membuat Chopper naik daun, digunakan Presiden Joko Widodo pada saat perayaan sumpah pemuda tahun 2017. Presiden Joko Widodo mengapresiasi karya *custom* anak bangsa dengan membeli sepeda motor chopper hasil kolaborasi dari bengkel Elders Garage dan Kick Ass Chopper, tujuan dari Presiden Joko Widodo membeli motor Royal Enfield Bullet 350cc bergaya chopper ini adalah untuk meningkatkan *value brand* karya anak bangsa. Meskipun motor *custom* yang dibeli Presiden Joko Widodo dari Elders Garage dan Kick Ass Chopper ini di produksi Inggris, tetapi *part* yang dipertahankan dari

pabrikasi hanya 30% saja, 70% *part custom* di produksi *handmade* di Indonesia. (Putera, 2021, p. 3)

Konsep dalam penciptaan karya perupa adalah menciptakan karya motor yang di-*custom* untuk menyesuaikan dengan postur dan keinginan pemilik yaitu perupanya sendiri yang berkonsep (nakal, sopan, beda dari yang lainnya) dan kebutuhan (bisa dipakai segala medan, simpel, multifungsi) pemilik motor sendiri, yang diharapkan kendaraan ini dapat digunakan untuk berkeliling melewati jalan medan aspal maupun tanah. Mengacu dari gaya aliran *enduro* dan aliran *chopper* (biasa dibidang dasar dari semua aliran motor *custom* karena *chop* yang berarti memotong jadi untuk menciptakan motor *chopper* harus melakukan beberapa pemotongan di bagian motor) ialah aliran masa emas pada era *custom culture* yaitu pada tahun 60-an dan 70-an. Mengacu pada era 60-an dan 70-an itu perupa membuat motor *custom* pada seperti era itu untuk merasakan kejayaan pada era tersebut. (Satrio Wicaksono et al., 2023, p. 20)

Karena tren motor *chopper* semakin diminati oleh anak muda, maka perlunya edukasi dalam membuat motor *chopper*. Edukasi ini penting jika ingin mempunyai motor *chopper*, banyak yang harus diperhatikan, mulai dari *basic* mesin yang akan dipakai, bengkel yang sesuai dengan kemampuan finansial, postur tubuh dan *budgeting*. Harga membuat motor *chopper* bervariasi, bisa disesuaikan pada calon pembuat. Dari harga pelajar sampai *unlimited*, oleh karena itu calon pembuat dari memiliki edukasi tentang motor *chopper* agar dalam membuat motor *chopper* tidak asal-asalan atau tidak menyesal dikemudian hari. Pemilik motor merasa tidak puas dengan motornya, entah karena terlihat pasaran atau karena bosan dengan mobil yang dimilikinya. Dan keinginan untuk tampil beda muncul dalam diri setiap pengendara sepeda motor, dimulai dari berganti, dimulai dari hal kecil seperti mengganti aksesoris sepeda motor. Mengubah warna sepeda motor hingga langkah paling ekstrim yaitu mengubah dimensi sepeda motor.

Dalam hal modifikasi atau kustomisasi sepeda motor, terdapat ketentuan mengenai modifikasi kendaraan roda dua dalam Undang-undang No. 22 tahun 2009. Setiap kendaraan bermotor yang diimpor ke Indonesia atau dirakit di dalam negeri secara sah, serta kendaraan bermotor yang telah dimodifikasi, harus melewati uji tipe terlebih dahulu sesuai dengan Pasal 50 ayat 1 Undang-undang No. 22 tahun 2009.

Modifikasi kendaraan bermotor, sebagaimana yang dimaksud dalam Pasal 50 ayat 1, dapat meliputi modifikasi dimensi, mesin, dan kemampuan daya angkut, yang juga ditegaskan dalam Pasal 52 ayat 1 Undang-undang No. 9 tahun 2002. Dalam hal ini menunjukkan bahwa terdapat tiga aspek yang paling penting dalam modifikasi kendaraan bermotor, yaitu modifikasi 5 dimensi sepeda motor, daya mesin sepeda motor, dan kemampuan daya angkut. (Ilmu et al., 2019)

Okky Adams, pria berumur 27 tahun, kelahiran Tangerang Selatan ini memiliki *passion* di dunia otomotif. Ketertarikan Okky pada dunia otomotif dimulai sejak 2016 saat Okky membeli motor klasik pertamanya bebek Honda Astrea 110cc. semakin berkembangnya *custom culture* di Indonesia, *builder-builder* semakin banyak, Okky Adams membuat motor *chopper* pertamanya bernama Suyatmi, dengan *basic* mesin Yamaha scorpio 225cc. Berkonsep tradisional *chopper*, Okky Adams

berkolaborasi dengan beberapa *builder* dalam membuat motor chopper pertamanya, mulai dari *sysy bar*, jok, *shock* depan dan spakbor depan belakang. Karena *passion* yang besar di dunia otomotif, akhirnya Okky Adams membuat *channel* YouTube untuk berbagi pengalamannya, *tips & trick* seputar motor *custom*, *event custom culture*, dan perkembangan seputar dunia otomotif.

Channel YouTube Okky Adams banyak menginformasikan tentang *review* motor *custom* dari berbagai bengkel *custom*, *event custom culture* di Indonesia, dan bagaimana membuat motor *custom* chopper. Edukasi yang disampaikan oleh Okky Adams tentang bagaimana membuat motor *custom* chopper agar penonton bisa membuat motor chopper bagus secara visual, nyaman saat dikendarai, memilih bengkel untuk membuat motor chopper. Karena membuat motor *custom* chopper tidak bisa sembarangan, banyak yang harus diperhatikan. Okky Adams hadir untuk para anak muda yang ingin tampil nyentrik dengan motor chopper, tapi masih bingung apa yang harus dilakukan pertama sebelum mempunyai motor chopper tersebut.

Berdasarkan hal tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai gaya retorika pada *channel* YouTube Okky Adams sebagai media edukasi dalam membuat motor *custom* chopper.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif deskriptif dengan paradigma konstruktivisme. Pendekatan kualitatif yaitu untuk dapat mengetahui dengan jelas mengenai gaya retorika pada *channel* YouTube Okky Adams.

Menurut Patton, para peneliti konstruktivis mempelajari beragam realita yang terkonstruksi oleh individu dan implikasi dari konstruksi tersebut bagi kehidupan mereka dengan yang lain. Dalam konstruktivis, setiap individu memiliki pengalaman yang unik. Dengan demikian, penelitian dengan strategi seperti ini menyarankan bahwa setiap cara yang diambil individu dalam memandang dunia adalah valid, dan perlu adanya rasa menghargai atas pandangan tersebut.

Menurut Sukmadinata (2005), dasar penelitian kualitatif adalah konstruktivisme yang berasumsi bahwa kenyataan itu berdimensi jamak, interaktif dalam suatu pertukaran pengalaman sosial yang diinterpretasikan oleh setiap individu.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif, metode ini dipilih untuk memahami secara mendalam fenomena yang sedang diteliti, dengan menekankan pada pengumpulan data berbentuk teks atau gambar tentang gaya retorika pada *channel* YouTube Okky Adams.

Penelitian ini dilakukan pada *channel* YouTube Okky Adams. Okky Adams, pria berumur 27 tahun, kelahiran Tangerang Selatan. Ketertarikan Okky pada dunia otomotif dimulai sejak 2016 saat Okky membeli motor klasik pertamanya bebek Honda Astrea 110cc. Metode pengambilan data yang digunakan pada penelitian ini yaitu, observasi, wawancara, dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan Teknik analisis data triangulasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Okky Adams merupakan salah satu *channel* YouTube yang menjadikan YouTube sebagai media edukasi dalam dunia motor *custom*. Dalam membuat konten edukasi bukanlah sesuatu yang mudah, tidak hanya popularitas dan mental, namun juga pemilihan kalimat yang tepat menjadi faktor kuat agar pesan dalam konten tersebut bisa diterima oleh penontonnya.

Terdapat beberapa jenis dalam gaya retorika pada konten *channel* YouTube Okky Adams sebagai media edukasi dalam membuat motor *custom chopper*. Merujuk pada jenis monologika dalam gaya retorika klasik, Dalam konten edukasi membuat motor *custom chopper* yang dilakukan oleh Okky Adams menggunakan teknik monologika yang di mana Okky Adams berbicara sendiri di depan kamera, dengan teknik ini Okky Adams menjelaskan dengan satu arah mengenai berbagai macam motor *custom chopper*. Dalam konteks edukasi, penggunaan bahasa yang ringan menjadikan *channel* YouTube Okky Adams dapat dinikmati oleh berbagai kalangan. Teknik monologika yang digunakan Okky Adams berfungsi untuk menjelaskan tentang apa yang dilihat olehnya kepada para penonton dengan bahasa yang ringan dan pembawaannya yang santai, hal tersebut yang menjadi nilai tambah pada *channel* YouTube Okky Adams.

Selain monologika, Okky Adams juga menerapkan teknik dialogika dalam setiap konten edukasi membuat motor *custom chopper* pada *channel* YouTube Okky Adams. Dialogika merupakan ilmu tentang seni berbicara secara dialog, di mana dua orang atau lebih berbicara atau mengambil bagian dalam suatu proses pembicaraan. Bentuk dialogika di antaranya diskusi, tanya jawab, perundingan, percakapan, dan debat. Dalam hal ini, Okky Adams menggunakan teknik dialogika untuk melaukan diskusi atau sesi tanya jawab dengan para *builder* motor *custom*. Biasanya Okky Adams berdialog seputar pertanyaan-pertanyaan dari para penontonnya yang penasaran dengan dunia *custom*.

Berdasarkan hasil temuan di lapangan mengenai retorika pada konten edukasi yang dibuat oleh Okky Adams pada *channel*-nya memiliki dampak besar yang dirasakan oleh para penonton dari gaya retorika klasik pada konten edukasi membuat motor *custom chopper* ini, dengan menggabungkan antara visualisasi yang menarik dan teknik berbicara yang tepat maka hasil yang didapatkan memiliki kualitas yang sangat baik, hal tersebut dikarenakan pada *channel* YouTube Okky Adams ini menggabungkan antara keduanya menjadi satu kesatuan yang utuh.

Hambatan merupakan hal yang tidak bisa dihindari, termasuk pada konten edukasi di *channel* YouTube Okky Adams sebagai media edukasi dalam membuat motor *custom chopper*. Terdapat 5 hambatan utama yang dihadapi Okky Adams dalam proses pembuatan konten edukasi di *channel* YouTube-nya, yaitu:

1. Kesulitan dalam mengidentifikasi kebutuhan dan minat penonton.
2. Kesulitan dalam menyajikan materi edukasi secara terstruktur dan komprehensif.
3. Keterbatasan dalam memperoleh bahan dan alat yang dibutuhkan dalam pembuatan motor *custom chopper*.
4. Keterbatasan dalam mengakses peralatan produksi konten yang memadai.

5. Tantangan dalam menjaga konsistensi dan produktivitas pembuatan konten.

Namun, Okky Adams telah menerapkan berbagai strategi untuk mengatasi hambatan-hambatan tersebut, sehingga dapat terus menghasilkan konten edukasi yang berkualitas dan bermanfaat bagi para penonton. Strategi-strategi tersebut mencakup hal-hal seperti: melakukan riset dan analisis data penonton, menyajikan materi secara terstruktur dan komprehensif, menjalin kerjasama dengan pemasok, melakukan investasi bertahap dalam peralatan produksi, serta menjaga konsistensi dan produktivitas melalui perencanaan dan manajemen tugas yang efektif. Dengan menerapkan strategi-strategi yang tepat, Okky Adams dapat terus memperkuat *channel* YouTube-nya sebagai media edukasi yang informatif dan inspiratif bagi para penonton yang tertarik untuk belajar dan membuat motor *custom chopper*.

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan mengenai bagaimana gaya retorika pada konten *channel* YouTube Okky Adams. Maka diperoleh kesimpulan bahwa gaya retorika yang digunakan pada konten YouTube Okky Adams adalah teknik retorika klasik, yakni monologika dan dialogika. Di mana Okky membuat konten dengan teknik berbicara seorang diri dan berdiskusi dengan para *builder* motor *custom*. Penggunaan teknik tersebut harus berdampingan agar memiliki hasil yang maksimal dalam penggunaan gaya retorika dalam konten. Hal ini sesuai dengan teori retorika klasik di mana sikap profesional, pengetahuan, emosi, dan logika harus berjalan selaras, sehingga informasi tersampaikan dengan baik.

Penggunaan teknik retorika dalam konten Okky Adams tersebut berdampak baik bagi penontonya. Hal ini dibuktikan dengan hasil wawancara dengan para subscribers-nya, di mana mereka termotivasi untuk memiliki motor *custom* sendiri dan konten tersebut bermanfaat bagi pemula yang ingin meng-*custom* motornya. Selain itu Okky juga mengalami hambatan di mana ketersediaan motor *custom chopper* terbatas, karena proses pembuatan motornya itu sendiri memakan waktu yang lama. Untuk menghindari hal tersebut, Okky Adams datang ke bengkel-bengkel lain yang memiliki ketersediaan motor *custom chopper* untuk dijadikan model dalam pembuatan kontennya.

Dengan demikian, penerapan teknik retorika dalam pembuatan sebuah konten sangatlah diperlukan. Supaya informasi atau pesan yang ingin disampaikan bisa tersampaikan dengan baik kepada khalayaknya. Untuk mencapai tujuan tersebut pastinya terdapat hambatan yang dilalui. Namun, jadikan hambatan tersebut sebagai evaluasi dan pembelajaran bagi kita, seperti apa yang dilakukan oleh Okky Adams dalam membuat konten edukasi mengenai motor *custom-nya*.

DAFTAR PUSTAKA

- Aini, S. N., A'yun, B. A. Q., Pradipta, E. D., Akalili, A., & Kulau, F. (2021). Analisis Retorika Visual pada Konten YouTube Kanal Skinnyindonesian24 dengan Judul "YouTube Lebih Dari Tv." *SOCIA: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 18(1), 30-48. <https://doi.org/10.21831/socia.v18i1.40433>
- Aisyah, M., & Universitas Indonesia, J. (n.d.). *Ethos, Pathos, Logos Dan Komunikasi Publik: A Systematic Literature Review*. 66.
- Bambang, A. S. (2014). Model Komunikasi. *Binus Journal*, 9, 1153-1160.
- Bumi, Dewi Ayu Kencana. (2016). Analisis Sumber Informasi dalam Aplikasi Modifikasi Motor para Biker Kustom Kulture di Bandar Lampung. *Universitas Lampung, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 4(1), 1-23.
- Chandra, E. (2018). YouTube, Citra Media Informasi Interaktif atau Media Penyampaian Aspirasi Pribadi. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, Dan Seni*, 1(2), 406. <https://doi.org/10.24912/jmishumsen.v1i2.1035>
- Dahlia, D. (2005). Sejarah dan Perkembangan Retorika. *Humaniora*, 17(2), 142-153.
- Dhia, R. Nadhmy., Alya Pramesthi, J., & Irwansyah. (2021). Analisis Retorika Aristoteles pada Kajian Ilmiah Media Sosial dalam Mempersuasi Publik. *Januari*, 4(1), 2021.
- Faizah, U. (2020). Retorika sebagai Ilmu Komunikasi dalam Pendidikan. Universitas Muhammadiyah Purworejo, 1-17. retorika, komunikasi, pendidikan.
- Fatmawati. (2013). BAB_III E Fatmawati. 2013. *Pendidikan Dan Kebudayaan*, 5, 27-42.
- Henri. (2018). Analisis Pencegahan Perkawinan Usia Dini. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951-952, 4, 38-43.
- Ilmu, F., Dan, S., Politik, I., Islam, U., & Yusuf, S. (2019). Pemaknaan Pesan pada Channel YouTube Atenx Katros sebagai Media Edukasi Safety Riding Sepeda Motor Custom.
- Loka, W. P., Sumadja, W. A., & Resmi. (2017). Pemaparan Metode Penelitian Kualitatif. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 21(2), 1689-1699. [https://www.oecd.org/dac/accountable-effective-institutions/Governance Notebook 2.6 Smoke.pdf](https://www.oecd.org/dac/accountable-effective-institutions/Governance%20Notebook%202.6%20Smoke.pdf)
- Ningtyas, M. (2014). Penerapan Metode Laba Kotor Unt. *Metode Penelitian*, 32-41.
- Prayudi, R. (2019). *Custom Culture pada Motor Chopper*.
- Putera, F. I. (2021). Perancangan Buku Visual Sepeda Motor Chopper dengan Teknik Fotografi. *Upn "Veteran" Jatim*, 1-9.
- Rohman, J. N., & Husna, J. (2017). Situs YouTube sebagai Media Pemenuhan Kebutuhan Informasi: Sebuah Survei terhadap Mahasiswa Program Studi Ilmu Perpustakaan Universitas Diponegoro Angkatan 2013-2015. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 6(1), 171-180. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jip/article/view/23037>
- Setiawan, H., Hero, E., & Hidayat, A. (2021). Retorika Digital pada Konten Podcast (Analisis Tema Fantasi Narasi Podcaster di Pekanbaru). *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO: Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi Dan Informasi*,

El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat

Vol 4 No 6 (2024) 3358-3368 P-ISSN 2746-9794 E-ISSN 2747-2736

DOI: 10.47467/elmujtama.v4i6.4897

6(4), 457. <https://doi.org/10.52423/jikuho.v6i4.20794>

Sua, Andi Tenri., Heriyanti, Asrul Nazar. (2016). *Retorika*.

Syahputri, A. Z., Fallenia, F. Della, & Syafitri, R. (2023). Kerangka Berpikir Penelitian Kuantitatif. *Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Pengajaran*, 2(1), 160–166.

Syofyan, H., & Amir, T. L. (2019). Pengertian Deskriptif Kualitatif. *Penerapan Literasi Sains dalam Pembelajaran IPA untuk Calon Guru SD*, 10, 37. <http://journal.unj.ac.id/unj/index.php/jpd/article/view/13203/7783>

Umanailo, M Chairul Basrun. (2019). Paradigma Konstruktivis. *Metodologi Penelitian*, October, 1–5. <https://doi.org/10.31219/osf.io/9ja2t>

Wicaksono, M. Satrio., Rupa, S., & Bahasa Dan Seni, F. (2023). Motor Custom sebagai Wadah Berekspresi. *Sakala Jurnal Seni Rupa Murni*, 4(1), 19–31. <http://ejournalunesa.ac.id/index.php/sakala>

Wiendjiarti, I., & Sutrisno, I. (2014). Kajian Retorika untuk Pengembangan Pengetahuan dan Ketrampilan Berpidato. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(1), 78.

Zahara, Evi. (2018). *Peranan Komunikasi Organisasi bagi Pimpinan Organisasi*. April.